

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah persaingan *service* mobil yang semakin berkembang, pelayanan *service* merupakan aspek penting untuk menjangkau konsumen, di samping *service* yang berkualitas. Pelayanan Kepuasan pelanggan adalah segalanya dan mutlak harus selalu di tingkatkan. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan kualitas juga dapat diartikan sebagai perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Adapun kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat diartikan sebagai seorang yang menerima pelayanan atau jasa dari produsen. Kepuasan pelanggan menjadi suatu tolak ukur bagi penilaian dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Auto2000 adalah sebuah bengkel yang ada di Juanda Jakarta Pusat. Auto2000 menancapkan diri sebagai salah satu pelayanan *service* mobil yang cukup terkemuka di Indonesia. Banyaknya pelayanan *service* mobil yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas, Menambah persaingan di dunia *service* mobil. Auto2000 merupakan salah satu bengkel ternama dan diketahui masyarakat Indonesia, dan selalu berupaya untuk terus meningkatkan kualitas kepada setiap pelanggan.

Citra sebuah perusahaan sangat tergantung pada penilaian yang diberikan oleh pelanggannya. Penilaian akan membentuk citra yang baik jika kualitas pelayanan yang diberikan pun baik. Hal tersebut yang membuat Auto2000 terus menempatkan orientasi pada pelanggan sebagai tujuan utama karena pelanggan memiliki hak untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan, Salah satu dari sekian banyak penilaian pelanggan terhadap sebuah perusahaan adalah melalui kualitas pelayanannya, Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang di harapkan, Sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam bidang jasa.

Bentuk pelayanan dalam suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu kepada pelanggannya, Sehingga terbentuklah opini dan sikap mereka terhadap perusahaan. Terciptanya kondisi persaingan yang semakin tinggi antara bengkel mobil yang ada, Maka kualitas pelayanan sangat di perlukan, Setiap perusahaan menawarkan

keunggulan dari segi *service* dan fasilitas, Akan tetapi jika pelayanan yang di berikan mengecewakan pelanggan maka pelanggan akan cenderung memberikan pandangan yang negative terhadap perusahaan tersebut. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai dari sudut pandang perusahaan tetapi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan.

Salah satu dari sekian banyak penilaian-penilaian pelanggan terhadap sebuah perusahaan adalah mengenai kualitas pelayanannya, Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang di harapkan, Sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam bidang jasa. Bentuk pelayanan suatu perusahaan akan memberikan kesan tertentu kepada pelanggannya sehingga terbentuklah sikap dan opini mereka terhadap pelanggan.

Komitmen terhadap metode penjualan dan after sales yang terpercaya sangat dipegang teguh oleh Auto2000 sebagai dealer terbesar Toyota di Indonesia. Berdiri sejak tahun 1989, membuat Auto2000 begitu paham karakter konsumen loyal Toyota dan mewujudkannya dalam bentuk standar layanan yang sesuai dengan kebutuhan pemilik mobil. Tak heran bila banyak pelanggan Toyota loyal terhadap Auto2000 berkat perjuangannya menjaga kepercayaan konsumen. Prestasi Auto2000 dalam ajang kompetisi ini mengukur performa dealer dari sisi penjualan (*Best Outlet Sales Performance*) dan layanan purna jual (*Best Outlet After Sales Performance*). Untuk GR (*General Repair*), Auto2000 berhasil meloloskan 34% dari seluruh pemenang di kategori Bronze Trophy. Di kategori Silver Trophy, Auto2000 menempatkan 2 dealer dari total 9 dealer pemenang. Sementara untuk Gold Trophy, Auto2000 menempatkan 4 dealer sebagai jawara dari total 25 dealer pemenang. Ada juga pemenang berdasarkan wilayah.

Di kategori ini, Auto2000 berhasil menguasai wilayah Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sumatera Selatan. Selain itu, yang paling membanggakan adalah prestasi dari Auto2000 Pancing yang berhasil meraih Gold Trophy dari kategori Best Outlet Sales Performance. Tidak hanya itu, Auto2000 Pancing juga meraih penghargaan sebagai 1st Winner untuk performa penjualan di wilayah Sumatera Utara. Sebagai bentuk penghargaan tertinggi, Auto2000 Pancing berhasil dinobatkan sebagai Best of The Best Outlet Sales Performance. Keberhasilan kami meraih penghargaan prestisius The Best Toyota Dealer People Contest adalah bukti keseriusan Auto2000 dalam menjaga kualitas layanan dengan orang-orang di level terbaik. Kami bersyukur dan tidak berpuas diri karena memahami kompetisi saat ini semakin ketat. Kami menyadari kepercayaan pelanggan adalah yang utama untuk meraih loyalitas. Kepercayaan pelanggan kami jaga dengan standard dan kualitas *man power* yang selalu kami tingkatkan serta membuat inovasi layanan. Salah satu contoh inovasi

layanan adalah layanan THS Premium untuk pengguna mobil mewah Toyota. Ini sejalan dengan konsep layanan baru kami yakni.

Pelayanan informasi harus dilakukan dengan sebaik-baiknya oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan rasa puas akan informasi yang diberikan petugas informasi tersebut salah satu kunci sukses dari setiap bisnis yang dijalankan ialah kualitas, Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis bengkel dan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan jasa yang diharapkan, bila pelayanan informasi yang diberikan perusahaan jasa sangat jauh dari harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya jika pelayanan informasi yang diberikan perusahaan jasa memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas atau senang

Auto2000 sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, Dimana salah satu faktor yang terpenting adalah segi kemampuan pelayanan kepada pelanggan. Pelayan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pelanggan akan terus datang berulang kali yang berarti terjadi peningkatan pelanggan, Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2004) jika perusahaan tidak dapat memenuhi atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Auto2000 Juanda” di Jakarta Pusat.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel “Auto2000 Juanda” di Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Informasi di Bengkel Auto2000 Juanda Jakarta Pusat.
2. Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan di Bengkel Auto2000 Juanda Jakarta Pusat.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Auto2000 Juanda Jakarta Pusat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya untuk meningkatkan sikap positif publik terhadap perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dijadikan bahan masukan bagi bengkel Auto2000 Juanda dalam rangka mengembangkan kualitas pelayanan Informasi terhadap pelanggannya.